

# 2021-2027年中国房地产服 务市场深度研究与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国房地产服务市场深度研究与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/202104/28-402946.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国房地产服务市场深度研究与投资战略报告》共十七章。首先介绍了房地产服务行业市场发展环境、房地产服务整体运行态势等，接着分析了房地产服务行业市场运行的现状，然后介绍了房地产服务市场竞争格局。随后，报告对房地产服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了房地产服务行业发展趋势与投资预测。您若想对房地产服务产业有个系统的了解或者想投资房地产服务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一部分 全球篇

第一章全球房地产服务所属行业现状及经验借鉴第一节房地产服务行业基本概述一、房地产服务行业界定二、房地产服务业务类型三、房地产服务行业周期第二节全球房地产服务行业发展概况一、全球房地产服务行业发展历程二、全球房地产服务行业地域扩张三、全球房地产服务行业产品线扩张四、全球房地产服务行业兼并收购情况第三节主要国家及地区房地产服务市场分析一、美国（一）美国房地产市场运行现状（二）美国房地产市场特点分析（三）美国房地产服务业务分析二、中国香港（一）香港房地产市场运行现状（二）香港房地产服务市场特点（三）香港房地产服务业务分析三、台湾房地产服务市场特点

第二章全球房地产服务五大行业业务情况及经验借鉴第一节戴德梁行（DTZ）一、企业基本概况二、企业主营业务分析（一）经纪服务（二）咨询服务（三）评估服务（四）物业管理（五）金融服务三、企业区域市场分析四、企业在华经营分析第二节世邦魏理仕（CBRE）一、企业基本概况二、企业主营业务分析（一）经纪服务（二）咨询服务（三）评估服务（四）物业管理（五）金融服务三、企业经营情况分析四、企业在华经营分析第三节仲量联行（JLL）一、企业基本概况二、企业主营业务分析（一）经纪服务（二）咨询服务（三）评估服务（四）物业管理（五）金融服务三、企业经营情况分析四、企业在华经营分析第四节高力国际（Colliers）一、企业基本概况二、企业主营业务分析（一）经纪服务（二）咨询服务（三）评估服务（四）物业管理（五）金融服务三、企业经营情况分析四、企业在华经营分析第五节第一太平戴维斯（Savills）一、企业基本概况二、企业主营业务分析（一）经纪服务（二）咨询服务（三）评估服务（四）物业管理（五）金融服务三、企业经营情况分析四、企业在华经营分析

### 第二部分 国内篇

第三章中国房地产服务行业发展环境分析第一节房地产服务行业经济环境分析一、国内经济发展情况（一）中国GDP增长情况分析（二）工业经济发展形势分析（三）社会固定资产投资分析（四）全社会消费品零售总额（五）全国居民收入增长分析（六）居民消费价格变化分析（七）对外贸易发展形势分析二、经济环境对行业的影响第二节房地产服务行业政策分析一、中国房地产土地政策分析（一）土地市场调控政策最新动向及解读（二）房地产市场调控政策最新动向及解读（三）土地管理制度深层次改革必要性及方向二、中国房地产相关政策分析三、中国房地产其他政策影响分析第三节房地产交易管理制度与政策一、房地产交易管理（一）价格申报制度（二）价格评估制度（三）价格评估人员资格认证制度二、房地产转让管理（一）房地产转让类型（二）房地产转让条件三、商品房销售管理（一）商品房预售的条件（二）商品房预售合同登记备案（三）商品房买卖合同管理四、房屋租赁管理（一）房屋租赁分类（二）房屋租赁政策（三）房屋租赁合同（四）房屋租赁登记备案五、房地产抵押管理（一）房地产作为抵押物的条件（二）房地产抵押合同（三）房地产抵押登记（四）房地产抵押的效力（五）房地产抵押的受偿第四节中国房地产服务所属行业社会环境分析一、人口规模及结构分析二、中国城镇化进程分析三、中国人均住房面积情况四、居民住房观念的改变

第四章中国房地产行业市场开发运营分析第一节房地产市场开发投资情况一、房地产景气指数分析二、房地产开发投资规模三、房地产开发投资区域结构四、房地产开发资金来源分析第二节中国土地市场供需分析一、房地产企业待开发土地面积二、房地产企业土地成交规模三、房地产企业土地购置费用四、主要城市土地价格情况分析第三节房地产市场销售情况一、商品房销售情况分析（一）商品房销售面积分析（二）商品房待售面积分析二、商品房销售金额分析

## 第五章中国房地产服务所属行业发展分析

第一节中国房地产服务行业发展历程一、萌芽阶段（1988-1995）二、起步阶段（1996-1999）三、扩张阶段（2000-2007）四、整合阶段（2008至今）第二节中国房地产服务业务发展概述一、代理销售业务二、代理租赁业务三、物业管理业务四、资产管理业务五、咨询顾问业务第三节中国与美国房地产服务行业发展对比一、人均GDP对比分析二、房地产行业商业模式对比三、房地产行业收入构成对比第四节房地产服务细分市场运行概况一、住宅房地产服务市场分析二、商业房地产服务市场分析

## 第三部分 细分市场篇

第六章房地产中介服务市场分析第一节房地产中介服务基本概述一、房地产中介行业特征二、房地产中介服务内容三、房地产中介市场构成四、房地产中介运行方式第二节房地产中介服务市场运行概况一、发展规模二、业务比例三、区域格局第三节房地产中介服务管理模式

一、战略管理模式二、资金管理模式三、风险管理模式四、品牌管理模式五、人力资源管理模式六、客户关系管理模式第四节房地产中介服务商业模式一、香港模式（一）发展特点（二）典型案例二、台湾模式（一）发展特点（二）典型案例三、美国模式（一）发展特点（二）典型案例四、本土模式（一）发展特点（二）典型案例

第七章房地产经纪服务市场分析第一节房地产经纪服务基本概述一、房地产经纪概念界定二、房地产经纪业务类型（一）房地产居间（二）房地产代理（三）房地产行纪三、房地产经纪服务特性第二节房地产经纪市场运行情况一、房地产经纪行业发展历程二、房地产经纪市场运行特征三、房地产经纪市场运行情况（一）企业规模（二）从业人员（三）组织模式（四）服务方式第三节房地产经纪国外经验借鉴一、美国（一）美国房地产经纪业概况（二）美国房地产经纪人管理（三）房地产经纪业管理特色二、日本（一）日本房地产经纪业概况（二）日本房地产经纪人管理（三）房地产经纪业管理特色三、香港（一）香港房地产经纪业概况（二）香港房地产经纪人管理（三）房地产经纪业管理特色四、台湾（一）台湾房地产经纪业概况（二）台湾房地产经纪人管理（三）房地产经纪业管理特色第四节房地产经纪服务现存问题及转型策略一、房地产经纪服务市场问题剖析（一）无序的行业竞争（二）企业定位多样化（三）向现代服务业升级（四）一二手房销售长期割裂（五）房地产经纪行业信息孤岛二、房地产经纪服务市场转型升级策略（一）转型升级“一体两翼”框架（二）加强转型升级组织领导（三）管理体制创新（四）管理机制创新

第八章房地产咨询服务市场分析第一节房地产咨询服务基本概述一、房地产咨询的概念二、房地产咨询的原则三、房地产咨询的特点第二节房地产咨询服务的类型一、房地产法律咨询二、房地产投资咨询（一）开发投资咨询（二）置业投资咨询（三）间接投资咨询三、房地产融资咨询四、房地产信息咨询五、房地产价格咨询第三节房地产咨询市场竞争格局一、现有咨询机构竞争现状二、潜在进入者威胁分析三、替代业务威胁分析四、行业上游议价能力五、需求客户议价能力第四节国外房地产咨询市场经验借鉴一、美国的经验借鉴二、日本的经验借鉴三、加拿大的经验借鉴

第九章房地产评估服务市场分析第一节房地产评估服务基本概述一、房地产评估的概念二、房地产评估的类型（一）一般评估（二）特定评估（三）抵押贷款评估三、房地产评估的原则（一）供需原则（二）替代原则（三）贡献原则（四）合法原则（五）估价时点原则（六）最有效使用原则四、房地产评估的方法（一）成本法（二）收益法（三）市场比较法第二节房地产评估服务法律政策分析一、中国房地产评估法律概述二、房地产评估市场监管现状三、完善房地产评估监管机制四、房地产评估监管体制走向第三节房地产评估服务市场发展分析一、国外房地产评估市场现状二、中国房地产评估市场现状三、房地产评估机构资质企业分析（一）一级资质要求及企业分析（二）二级资质要求及企业分析（三）三级资质要求

及企业分析四、房地产评估市场竞争格局（一）现有机构的竞争（二）潜在进入者威胁（三）替代产品的威胁（四）买方的谈判能力（五）卖方的谈判能力第四节国外房地产评估制度对中国的启示一、估价人员考试注册制度二、估价机构注册管理制度三、估价职业管理制度四、职业道德与伦理规范五、对我国发展的经验及建议第五节房地产评估的风险及控制对策一、财务风险及控制对策二、金融风险及控制对策三、监管风险及控制对策四、市场风险及控制对策

第十章房地产物业管理市场分析第一节物业管理市场发展概况一、物业管理市场现状分析二、物业管理行业发展特点三、物业管理发展推动因素第二节物业管理百强企业分析一、物业管理百强企业排名情况二、物业管理百强企业经营规模三、物业管理百强企业经营效益四、物业管理百强企业服务质量五、物业管理百强企业发展潜力六、物业管理百强企业社会责任第三节住宅物业管理市场分析一、住宅物业管理的特点二、物业费的构成与制定三、住宅物业管理四、别墅物业管理分析（一）别墅物业环境特点（二）别墅物业治安特性（三）别墅物业服务要点第四节商业物业管理市场分析一、商业地产开发销售情况（一）商业地产开发投资额分析（二）商业地产销售面积分析（三）商业地产销售价格分析二、商业地产不同业态管理特点（一）写字楼物业管理的特点（二）购物中心物业管理特点（三）休闲会所物业管理特点（四）公寓酒店物业管理特点第五节工业物业管理市场分析一、工业物业管理业态特征（一）工业厂房物业管理（二）研发中心物业管理（三）医药园区物业管理二、工业物业管理的特点三、工业物业管理的难点四、工业物业管理的思路五、工业物业管理组织结构设计六、工业物业管理运营策略分析（一）工业物业管理的前期介入（二）工业物业管理的接管验收（三）工业物业管理日常管理策略第六节公共建筑物业管理市场分析一、政府机关物业管理（一）政府机关物业管理模式（二）政府机关物业管理特点（三）政府机关物业管理要素二、医院物业管理（一）医院物业管理模式（二）医院物业管理特点（三）医院物业管理内容三、学校物业管理（一）学校物业管理模式（二）学校物业管理特点（三）学校物业管理内容

第十一章房地产金融服务市场分析第一节房地产金融服务基本概述一、房地产金融的概念二、房地产金融的分类（一）房产金融（二）地产金融（三）房产银行三、房地产金融的特点四、房地产金融的内容五、房地产金融的意义六、房地产金融的作用七、房地产金融的风险第二节房地产金融市场运行情况一、房地产融资总况二、房地产并购情况三、房地产信贷情况（一）房地产开发贷款（二）个人住房贷款（三）保障性住房贷款四、房地产股权融资情况（一）增发募集现金（二）增发收购资产五、房地产债券融资情况（一）境内债券融资（二）境外债券融资第三节房地产信托市场发展分析一、房地产信托发展相关概述（一）房地产信托产品的概述（二）房地产信托发展背景现状（三）房地产信托产品形式分析（四）房

地产信托中国化发展模式二、中国房地产信托市场分析（一）房地产信托产品发行规模（二）房地产信托发行结构分析（三）房地产信托余额规模分析（四）房地产信托兑付情况分析（五）房地产信托投资方式分析

第四节房地产私募基金市场分析一、中国房地产私募基金发展概述（一）房地产私募基金发展历程（二）房地产私募基金发展现状二、房地产私募基金管理公司现状三、房地产私募基金管理公司特点四、房地产私募基金总体规模分析（一）私募房地产新募基金数量（二）房地产私募基金募资金额（三）房地产私募基金投资金额（四）房地产私募基金投资案例五、房地产私募基金产品结构分析（一）房地产基金的管理方研究（二）房地产基金产品结构研究六、房地产私募基金发展趋势分析

#### 第四部分 区域篇

第十二章中国一线城市房地产服务市场分析第一节一线城市房地产服务市场发展概况一、一线城市房地产市场开发情况二、一线城市房地产服务需求特点三、一线城市房地产服务竞争格局四、一线城市房地产服务市场潜力第二节北京房地产服务市场分析一、北京房地产投资开发情况（一）房地产投资金额分析（二）房地产施竣工面积分析（三）商品房销售规模分析二、北京房地产服务所属行业市场运行分析（一）房地产服务政策规划（二）房地产经纪机构现状（三）房地产经纪行业现状（四）房地产服务竞争格局（五）房地产服务前景展望第三节上海房地产服务市场分析一、上海房地产投资开发情况（一）房地产投资金额分析（二）房地产施竣工面积分析（三）商品房销售规模分析二、上海房地产服务市场运行分析（一）房地产服务政策规划（二）房地产经纪市场现状（三）地产经纪行业信用现状（四）房地产服务竞争格局（五）房地产服务前景展望第四节广州房地产服务市场分析一、广州房地产投资开发情况（一）房地产投资金额分析（二）房地产施竣工面积分析（三）商品房销售规模分析二、广州房地产服务市场运行分析（一）房地产服务政策规划（二）房地产中介市场现状（三）房地产服务竞争格局（四）房地产服务前景展望第五节深圳房地产服务市场分析一、深圳房地产投资开发情况（一）房地产投资金额分析（二）房地产施竣工面积分析（三）商品房销售规模分析二、深圳房地产服务市场运行分析（一）房地产服务政策规划（二）房地产服务竞争格局（三）房地产服务前景展望

第十三章中国二三线城市房地产服务市场分析第一节二三线城市房地产服务市场发展概况一、二三线城市房地产市场开发情况二、二三线城市房地产服务需求特点三、二三线城市房地产服务市场潜力第二节天津房地产服务市场分析一、天津房地产投资开发情况（一）房地产投资金额分析（二）房地产施竣工面积分析（三）商品房销售规模分析二、天津房地产服务市场分析（一）房地产业政策规划（二）房地产业竞争格局（三）房地产业发展前景第三节杭州房地产服务市场分析一、杭州房地产投资开发情况（一）房地产投资金额分析（二）房地产施竣工面积分析（三）商品房销售规模分析二、杭州房地产服务市场分析

(一) 房地产服务业政策规划 (二) 房地产中介市场竞争格局 (三) 房地产服务业发展前景  
第四节 南京房地产服务市场分析一、南京房地产投资开发情况 (一) 房地产投资金额分析 (二) 房地产施竣工面积分析 (三) 商品房销售规模分析二、南京房地产服务市场分析 (一) 房地产服务业政策规划 (二) 房地产服务业竞争格局 (三) 房地产服务业发展前景  
第五节 厦门房地产服务市场分析一、厦门房地产投资开发情况 (一) 房地产投资金额分析 (二) 房地产施竣工面积分析 (三) 商品房销售规模分析二、厦门房地产服务市场分析 (一) 房地产服务业政策规划 (二) 房地产服务业竞争格局 (三) 房地产服务业发展前景  
第六节 重庆房地产服务市场分析一、重庆房地产投资开发情况 (一) 房地产投资金额分析 (二) 房地产施竣工面积分析 (三) 商品房销售规模分析二、重庆房地产服务市场分析 (一) 房地产服务业政策规划 (二) 房地产服务业竞争格局 (三) 房地产服务业发展前景  
第七节 成都房地产服务市场分析一、成都房地产投资开发情况 (一) 房地产投资金额分析 (二) 房地产施竣工面积分析 (三) 商品房销售规模分析二、成都房地产服务市场分析 (一) 房地产服务业政策规划 (二) 房地产服务业竞争格局 (三) 房地产服务业发展前景  
第八节 武汉房地产服务市场分析一、武汉房地产投资开发情况 (一) 房地产投资金额分析 (二) 房地产施竣工面积分析 (三) 商品房销售规模分析二、武汉房地产服务市场分析 (一) 房地产服务业政策规划 (二) 房地产服务业竞争格局 (三) 房地产服务业发展前景  
第九节 长沙房地产服务市场分析一、长沙房地产投资开发情况 (一) 房地产投资金额分析 (二) 房地产施竣工面积分析 (三) 商品房销售规模分析二、长沙房地产服务市场分析 (一) 房地产服务业政策规划 (二) 房地产服务业竞争格局 (三) 房地产服务业发展前景  
第十节 青岛房地产服务市场分析一、青岛房地产投资开发情况 (一) 房地产投资金额分析 (二) 房地产施竣工面积分析 (三) 商品房销售规模分析二、青岛房地产服务市场分析 (一) 房地产服务业政策规划 (二) 房地产服务业竞争格局 (三) 房地产服务业发展前景

## 第五部分 企业篇

第十四章 中国房地产策划代理百强企业研究第一节 研究方法体系一、研究基本原则二、计量评价方法三、基本数据来源四、评价指标体系第二节 房地产策划代理企业发展概况一、企业营业收入分析二、物业代理销售面积三、企业营销渠道分析第三节 房地产策划代理借力资本市场情况一、企业借助资本情况二、企业兼并投资情况第四节 房地产策划代理企业发展借鉴一、国际企业经验借鉴分析二、企业发展历程分析三、国际企业业务模式分析第五节 房地产策划代理总结分析

第十五章 中国典型房地产服务企业经营分析第一节 深圳世联地产顾问股份有限公司一、企业基本情况分析二、企业主营业务分析三、企业经营情况分析四、企业销售网络分析五、企业竞争优势分析六、企业发展战略分析第二节 易居(中国)控股有限公司一、企业基本情况分



析二、企业主营业务分析三、企业经营情况分析四、企业竞争优势分析五、企业发展战略分析  
第三节合富辉煌集团公司一、企业基本情况分析二、企业主营业务分析三、企业经营情况分析四、企业销售网络分析五、企业竞争优势分析六、企业发展战略分析  
第四节中原集团一、企业发展基本情况二、企业主营业务分析三、企业销售网络分析四、企业竞争优势分析  
第五节美联物业（中国）有限公司一、企业基本情况分析二、企业主营业务分析三、企业经营情况分析四、企业销售网络分析五、企业竞争优势分析  
第六节同策房产咨询股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主营业务分析三、企业经营情况分析四、企业销售网络分析五、企业竞争优势分析  
第七节思源集团一、企业发展基本情况二、企业主营业务分析三、企业销售网络分析四、企业竞争优势分析  
第八节上海策源置业顾问股份有限公司一、企业基本情况分析二、企业主营业务分析三、企业经营情况分析四、企业销售网络分析五、企业竞争优势分析六、企业发展战略分析  
第九节新联康（中国）有限公司一、企业发展基本情况二、企业销售网络分析三、企业竞争优势分析四、企业发展战略分析  
第十节上海华燕置业发展有限公司一、企业发展基本情况二、企业主营业务分析三、企业销售网络分析四、企业竞争优势分析五、企业发展战略规划

## 第六部分 投资前景及策略篇

### 第十六章2021-2027年中国房地产服务行业投资前景

第一节2021-2027年中国房地产行业发展前景一、促进房地产市场长期繁荣因素二、中国房地产业中长期发展目标三、“十三五”中国保障房建设规划  
第二节2021-2027年房地产服务业发展SWOT分析一、发展优势分析二、发展劣势分析三、发展机遇分析四、发展威胁分析  
第三节2021-2027年房地产服务业发展趋势一、房地产行业商业模式走向成熟二、服务模式由粗放走向专业现代三、住宅服务向商业地产服务过渡四、房地产金融市场加速形成完善  
第四节2021-2027年房地产服务业务发展方向一、传统代理业务（一）佣金费率走势（二）市场竞争趋势二、物业资产管理（一）业务构成变化（二）市场空间前景（三）业务需求潜力三、金融服务业务（一）制度趋于完善（二）结构趋于合理（三）需求更加多元

第十七章2021-2027年中国房地产服务行业投资特性及策略（一）第一节2021-2027年房地产服务行业投资特性一、房地产服务行业投资壁垒二、房地产服务行业盈利预测三、房地产服务行业投资潜力四、房地产服务行业投资风险（一）政策调控风险（二）市场竞争风险（三）企业经营风险（四）并购整合风险  
第二节2021-2027年房地产服务行业战略转型策略一、向服务经营理念转变（一）战略转变（二）战略重点二、向标准化业务模式转变（一）战略转变（二）战略重点三、向跨区域服务提供转变（一）战略转变（二）战略重点四、向行业整合创造新价值链转变（一）战略转变（二）战略重点  
第三节2021-2027年房地产服务商业模式借鉴及建议一、房地产服务行业优秀商业模式经验借鉴（一）香港中原模式经验借鉴（二）台湾

信义模式经验借鉴（三）美国21世纪不动产模式经验借鉴（四）&ldquo;我爱我家&rdquo;的&ldquo;三网合一&rdquo;模式借鉴（五）&ldquo;链家地产&rdquo;专业服务科学管理模式借鉴二、中国房地产服务行业商业模式发展建议（一）网络工具助力行业创新（二）寻求在经纪人佣金制上创新（三）探索产品组合上的创新

图表目录：图表1仲量联行业务结构图示图表2DTZ戴德梁行估价及顾问服务范围图表3DTZ戴德梁行物业管理服务范围图表4世邦魏理仕估值及咨询服务内容图表52015-2019年世邦魏理仕经营情况数据图表6仲量联行经纪服务内容图表7仲量联行评估服务内容图表8仲量联行物业管理服务内容图表92015-2019年仲量联行公司经营情况数据图表10高力国际咨询服务内容图表11高力国际评估服务内容图表12高力国际物业管理全方位解决方案图表132015-2019年高力国际经营情况数据图表14第.一太平戴维斯经纪服务内容图表15第.一太平戴维斯咨询服务内容图表16第.一太平戴维斯评估服务内容图表172015-2019年第.一太平戴维斯经营情况数据图表182015-2019年中国国内生产总值及增长速度图表192015-2019年中国国内生产总值及构成图表202015-2019年中国工业增加值及增长速度图表212015-2019年中国固定资产投资及增长速度图表222015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度图表232015-2019年中国居民人均可支配收入及增长速度图表242015-2019年中国货物进出口总额变化趋势图图表252019年住建部新闻发布会主要内容图表26全国国土规划纲要（2016-2030年）关键内容图表27面积误差比公式图示图表28房屋租赁的分类图示图表29房地产作为抵押物的条件图表302015-2019年中国人口总量趋势图图表312019年中国人口数及构成情况图表322015-2019年中国城镇化率变化趋势图图表332019年中国房地产开发景气指数图表342015-2019年全国房地产开发投资变化趋势图图表352019年不同地区房地产投资额完成情况更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/202104/28-402946.html>